2023년 2/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2023. 4

인천상공회의소

Contents

SECTION 1.

설문조사 개요 1

SECTION 2.

1. 소매유통업 경기 전망 2
   ① 종합 경기 전망 2
   ② 부문별 경기 전망 3
   ③ 업태별 경기 전망 4

2. 유통업 경영 환경 전망 5
   ① 대응 강화 및 역점 계획 5
   ② 경영 활동 애로 사항 5
   ③ 주 경쟁상대 5

<표 목차>

1. 업태별 소매유통업 경기전망지수 4
2. 대응 강화 및 역점 계획 5
3. 경영 활동 현안 및 애로 사항 5
4. 주 경쟁상대 5

<그림 목차>

1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이 2
2. 경영 부문별 `23년 2/4분기 전망 3

설문조사 개요

❍ 조사기간 : 2023. 3. 7 ~ 3. 21

❍ 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사

❍ RBSI 산출식
(호전예상 응답 기업수 - 악화예상 응답기업수) / 응답기업수 × 100 + 100

❍ 응답기업 : 인천지역 소재 소매유통업체 65개사

❍ 응답기업 분포
- 업태별 <대형마트 (9개), 편의점(25개), 슈퍼마켓(12개), 무점포소매 (19개)>

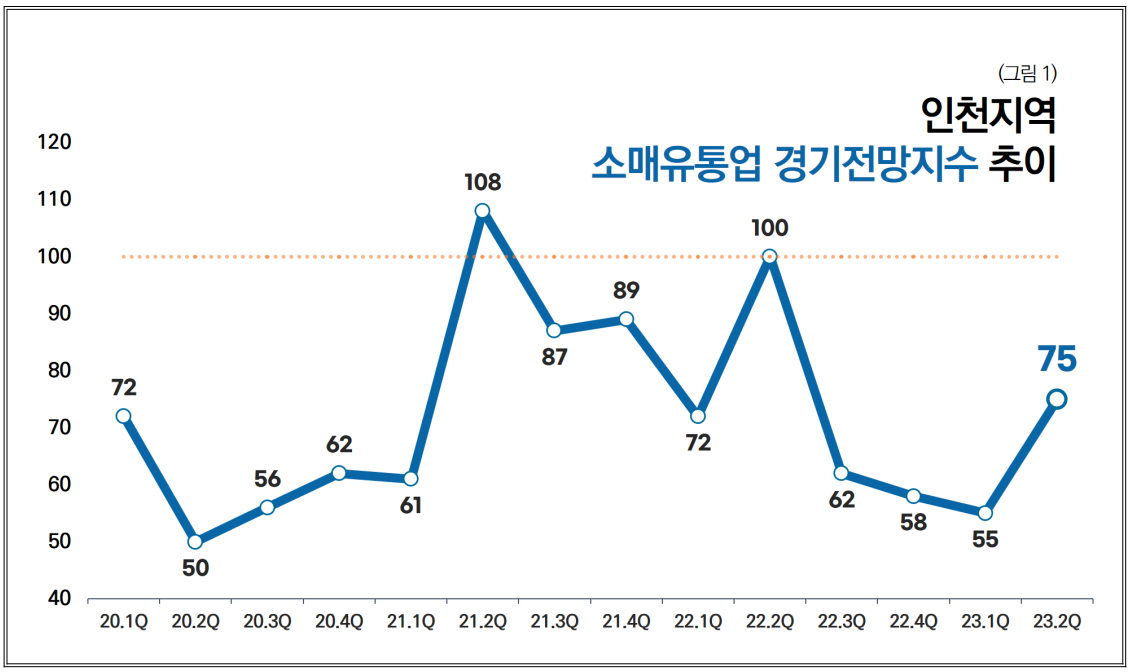
1 소매유통업 경기 전망

❶ 종합 경기 전망

○ 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 조사한 2023년 2/4분기 인천 소매유통업 경기전망지수(RBSI)가 '75'로 집계됨

※ RBSI(소매유통업경기전망지수)가 100 이상인 경우 **'다음 분기의 소매유통업 경기를 지난 분기 보다 긍정적으로 본 기업이 많다'**는 의미이고, 100 이하인 경우 그 반대 현상을 나타냄

○ 2023년 1/4분기(55)보다는 지수가 상승했으나, 여전히 기준치(100)에는 크게 못 미쳐 인천지역의 2023년 2/4분기 소매유통업 경기가 지난 분기에 이어 회복되기는 어려울 것으로 전망됨



○ 실내 및 대중교통 마스크 의무 해제에 따른 일상회복 가속화와 봄철 나들이객 증가에 따른 기대심리 등이 지수 상승에 일부 반영되었으나,

○ 글로벌 경기침체, 고금리·고물가 지속에 따라 소비심리가 위축되고, 인건비 및 공공요금(전기·가스·수도 등) 인상으로 인한 비용 상승 부담이 증가해 이번 분기 소매유통업 경기를 부정적으로 전망한 것으로 보임

❷ 부문별 경기 전망

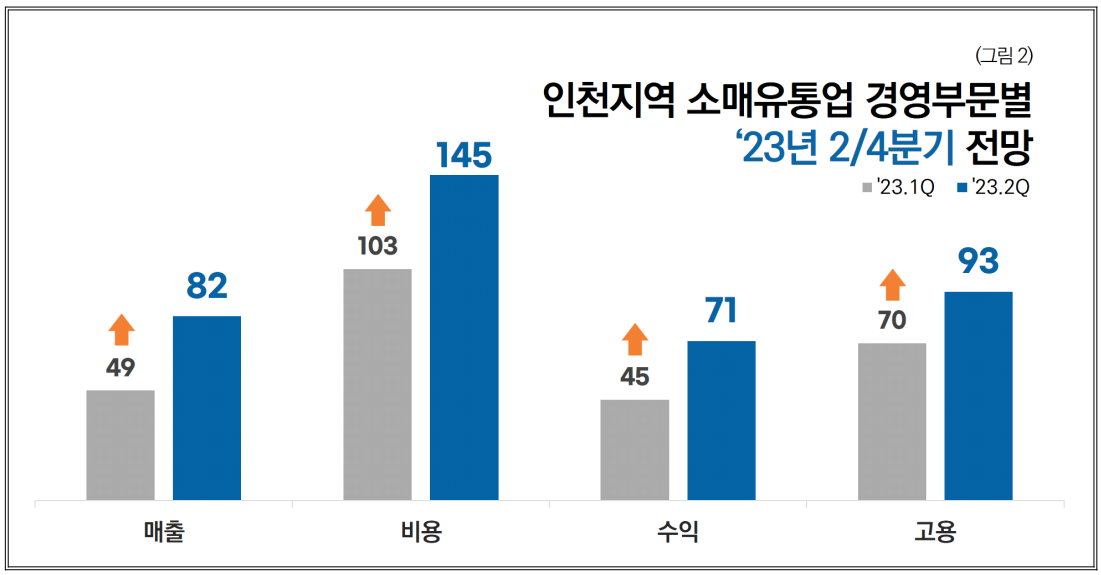
○ ‘23년 2/4분기 **매출 전망 지수는** ‘82’로 소매유통업계 전반적으로 매출이 감소할 것으로 전망됨. 이는 고물가 지속으로 인해 위축된 소비심리가 여전히 회복되지 못한 것이 원인으로 보임

○ 소매유통업계의 **비용 발생 전망 지수는** ‘145’로 집계됨. ‘23년 2/4분기 비용이 늘어날 것으로 응답한 가장 큰 이유는 인건비 인상으로 나타남. 또한, 매입원가 인상, 전기·수도광열비 증가 등도 비용 증가 전망에 영향을 미침

※ 전기·가스·수도 전년동월대비 상승률(통계청, 2023년 3월) : 28.4%

○ **수익 전망은** ‘71’로 ‘23년 2/4분기 인천지역 소매유통업계의 수익 부진이 예상됨. 주요 응답으로 비용 증가에 따른 수익 감소를 우려했으며, 고금리에 따른 금융 부담 증가, 경기하강 우려도 지수에 반영된 것으로 보임

○ 소매유통업계의 **고용 상황 전망은** ‘93’으로 집계됨. ‘23년 2/4분기 고용 악화를 우려하는 주요 원인도 인건비 증가로 나타났으며, 비용 절감을 위해 인력감축을 계획하는 등 소매유통업계 고용은 소폭 감소할 것으로 전망됨



③ 업태별 경기 전망

❍ 업태별 전망의 경우 슈퍼마켓(50)과 편의점(72)은 '23년 2/4분기 경기를 부정적으로 내다보았으나, 대형마트(111)는 일상회복 가속화로 인해 경기 회복에 대한 기대감이 나타남

❍ 슈퍼마켓(50)은 지난분기(50)에 이어 업태 중 '23년 2/4분기 경기를 가장 부정적으로 전망함. 고물가 지속에 따른 상품매입원가 상승으로 비용 부담을 크게 느끼고 있는 것으로 나타났으며, 소비심리 회복이 늦어지면서 매출 감소를 우려하는 것으로 보임

❍ 편의점(72)도 이번 분기 경기가 호전되기는 어려울 것으로 전망되며, 이러한 원인으로 인건비 인상에 따른 비용 증가가 주요 응답으로 나타남. 이는 인건비가 운영비의 큰 부분을 차지하는 업태 특성에 기인한 것으로 보임. 또한, 경기침체와 고물가 지속을 우려하는 응답도 많이 나타남

❍ 대형마트(111)는 업태 중 유일하게 '23년 2/4분기 경기를 긍정적으로 내다봄. 실내·대중교통 마스크 착용 의무 해제 등 코로나 방역 조치가 크게 완화되면서 일상 회복이 가속화되고 봄철 유동인구 증가에 따른 기대심리가 지수에 반영된 것으로 분석됨

❍ 다만, 모든 업태에서 공통적으로 고물가·고금리에 대한 우려가 있는 것으로 조사됨. 물가 상승에 따른 소비심리 위축, 지난해 말까지 연속된 금리인상과 경기침체 우려가 해소되지 않은 것이 원인으로 보임

인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업 태	'20년			'21년				'22년				'23년		전기比 증감
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	
종 합	50	56	62	61	108	87	89	72	100	62	58	55	75	+20p
대형마트	40	43	50	40	110	77	80	81	107	89	78	89	111	+22p
슈퍼마켓	52	52	64	75	111	83	97	59	97	17	67	50	50	-
편 의 점	64	81	74	65	100	107	85	82	98	104	92	88	72	-16p

※ 인천지역 백화점 업태의 경우, 표본조사의 특성상 조사대상 개수 미달로 지수에 반영하지 않음

2 유통업 경영 환경 전망

❶ 대응 강화 및 역점 계획

❍ 경영환경 변화에 따른 '23년 2/4분기 대응 강화 및 역점 계획을 묻는 질문에 대하여 '비용 절감'(32.3%)을 가장 많이 꼽아, 업계에서 인건비·운영비 등의 비용 상승 대책 마련에 집중할 것으로 보임. 다음으로 '프로모션 강화'(21.5%)를 꼽아, 일상회복에 따른 객수 확보 방안을 계획할 것으로 분석됨. 이어서, '온라인 강화'(20.0%), '상품 개발'(16.9%), '오프라인 강화'(13.8%) 등의 노력을 기울일 것으로 보임

대응 강화 및 역점 계획 (중복응답) (표 2)

조사항목	비용 절감 (인건비, 운영비 등)	프로모션 강화	온라인 강화	상품 개발	오프라인 강화 (출점, 점포리뉴얼 등)	온/오프라인 채널 연계 강화	배송 경쟁력	유통 신기술 도입/확대	없음
응답업체 (비중)	21개 (32.3%)	14개 (21.5%)	13개 (20.0%)	11개 (16.9%)	9개 (13.8%)	3개 (4.6%)	3개 (4.6%)	2개 (3.1%)	17개 (26.2%)

❷ 경영 활동 애로 사항

❍ 인천지역 소매유통업계의 이번 분기 경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로사항으로 '소비자 물가 상승'(29.2%)과 '소비 위축'(27.7%)이 주요 응답으로 나타남. 이어서 '비용 상승'(16.9%), '상품매입 원가 상승'(10.8%) 순으로 조사됨

경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항 (표 3)

조사항목	소비자 물가 상승	소비 위축	비용 상승 (인건비, 금융, 물류비 등)	상품매입 원가 상승	시장경쟁 심화	유통 규제	소비 트렌드 변화 대응	기타
응답업체 (비중)	19개(29.2%)	18개(27.7%)	11개(16.9%)	7개(10.8%)	6개(9.2%)	2개(3.1%)	1개(1.5%)	1개(1.5%)

❸ 주 경쟁상대

❍ 소매유통업계에서는 주 경쟁상대로 '온라인 쇼핑'(55.4%)을 가장 많이 꼽았음. 이는 온라인 시장의 기존 업태 간 경계를 넘어선 사업 확대에 따른 인식이 반영된 것으로 분석됨. 다음으로 '편의점'(24.6%), '대형마트'(20.0%)를 꼽아, 동종업태 내의 경쟁이 심화된 것으로 보임

주 경쟁상대 (중복응답) (표 4)

조사항목	온라인 쇼핑	편의점	대형마트	슈퍼마켓	TV홈쇼핑	없다	기타 (동종업계 등)
응답업체 (비중)	36개(55.4%)	16개(24.6%)	13개(20.0%)	8개(12.8%)	1개(1.5%)	4개(6.2%)	2개(3.1%)